

# **ABORDAGEM CULTURALISTA DA FESTA**

*Manuel José Lopes da Silva*

## **I. Introdução**

1. A Festa é uma das componentes fortes da Cultura que hoje em dia tem um âmbito vastíssimo. Adoptamos neste trabalho a perspectiva dos “Cultural studies” de Birmingham, até porque a cultura popular é um dos capítulos mais estudados por Stuart Hall e os outros investigadores dessa área.

Mas além disso, fiéis à nossa orientação científica, privilegiamos o estudo da festa através dos Media, embora lhe dediquemos a atenção que, em si, ela de facto merece.

A abordagem culturalista permite-nos identificar imediatamente três condicionantes fundamentais da festa, a económica, a política e a societal.

## **II. O circuito cultural**

2. A estreita relação existente entre a difusão da Cultura pelos Media e os processos sociais que ela suscita tem sido estudada numa perspectiva sistémica em França por Abraham Moles (a sua sociodinâmica da cultura) e em Inglaterra pelos “Cultural Studies” em Birmingham.

No seu modelo Moles considera que a instância dos criadores/elite cultural assume a representação dos valores da sociedade, que os Media veiculam embora filtrando-a, e dispondo dum poder de certo modo discricionário.

Kenneth Arnold, assumindo a proposta de Du Gay/ Hall, propõe a consideração de outros pólos do ciclo que explicam melhor a circulação dos produtos culturais, desde a sua criação ao consumo.

Considera a regulação como um processo básico complexo, de natureza sistémica, pelo qual a sociedade condiciona a representação, a identidade, a produção e o consumo, e em que a cultura com o seu quadro de valores tem um papel decisivo.

3. De facto Stuart Hall sublinha a centralidade da cultura na constituição da subjectividade, da própria identidade da pessoa como actor social. Particularmente importantes são as relações entre a cultura e a identidade nacional, tema recorrente e muito actual nas políticas da comunicação.

A representação diz respeito ao modo por que o mundo é socialmente construído e representado para nós e por nós.

As representações culturais e os significados sociais têm uma certa materialidade, estão presentes nos sons, inscrições, objectos, imagens, livros, revistas ou programas de TV. São produzidos, impressos, usados e entendidos num contexto social específico.

É esta “materialidade” que dá origem a uma certa forma de materialismo cultural, ponto de partida para a crítica da Industria Cultural de Adorno e da Escola de Frankfurt.

A partir da subjectividade presente nos produtos culturais e da sua representação nos Media é possível articular finalmente a produção com o consumo, revelando-se como instrumento fundamental de análise, entre outros, o conceito de mercado dos Media.

Ora os Media obedecem às leis económicas da concorrência, e são condicionados pelos instrumentos jurídicos estabelecidos pelo poder político, sendo também por este vigiados através dos órgãos de regulação sectoriais.

O funcionamento do mercado revela disfunções graves que levam os consumidores a reagir através das suas Associações Cívicas, que exercem uma nova pressão sobre os Operadores.

Vemos portanto como o circuito da cultura mostra a estreita dependência entre Cultura/Economia/Política/ Sociedade.

### **III. Cultura popular**

4. O que distingue a Cultura Popular, de que a Festa é um dos componentes fundamentais é a sua “vulgaridade” no sentido de que se refere a valores partilhados por todos os membros da sociedade, e não por determinadas elites.

As suas manifestações abrangem um espectro muito alargado de iniciativas, desde as festas locais até aos desafios de futebol transmitidos pela TV, que podem ter mesmo dimensão mundial.



Na TV são mediatizadas também as touradas e os concursos, que prendem aos televisores multidões de aficionados.

Um elemento muito importante de certas festas é a concorrência entre participantes, e onde há a consagração dum “vencedor”, seja nos desafios de futebol seja nos concursos da TV.

As festas locais, que animam durante o verão muitas aldeias portuguesas invocam frequentemente os santos aí venerados; mas podem também ser promovidas por grupos de emigrantes organizados em “sociedades de amigos” que promovem os encontros por pura convivialidade.

Os ranchos folclóricos continuam aqui a desempenhar um papel que já foi mais determinante na vida local.

A pós-modernidade influencia as manifestações festivas com os conjuntos de música electrónica, ou mesmo com efeitos “laser”.

Por isso algumas festas realizadas em castelos locais podem até alcançar o patamar da “hiper-realidade”.

Outras, como as exposições de conjuntos musicais com efeitos especiais, atingem mesmo o nível de “hiperexcitação”

5. São vários os valores sociais que motivam a festa popular, de que destacamos três: a identidade, a solidariedade e a excelência.

De facto ou seja um santo local, ou o clube desportivo, ou o toureiro, tais símbolos são sempre elemento integrador e motivador, definem uma identidade que pode mesmo assumir o nível nacional (o desporto pela TV).

Na organização duma festa local, o grupo de iniciativa realiza um trabalho de convergência de esforços múltiplos e de entreajuda de grande projecção comunitária; mas a solidariedade da festa manifesta-se com exuberância sobretudo nos grandes desafios de futebol.

Quanto à excelência ela é perseguida na busca do maior marcador em campo de futebol, no melhor toureiro da tarde ou no melhor espectáculo do grupo local.

#### **IV. Relações com a economia e a política**

6. Vimos já como a festa movimenta por vezes quantias milionárias, seja no futebol seja nos concursos de TV.

E dadas as estreitas relações hoje existentes entre o poder Económico e o Poder político, assistimos frequentemente ao envolvimento directo dos políticos na festa.

Exemplo flagrante deste tráfico ilegítimo de influências é, mais uma vez, o futebol. Mas também a nível local se manifesta com frequência a interferência das estruturas locais dos partidos na organização das festas.

As próprias reuniões partidárias a nível nacional são, elas próprias, pretexto para grandes exhibições com vista a celebrar o partido – tornou-se lendária a festa de verão do Avante.

A apropriação das festas pelos partidos justifica-se, claro, pela possibilidade do conquistar votos nos estratos populares mais amplos.

7. A questão da justificação duma Política Oficial da Cultura torna-se cada vez mais difícil.

A possibilidade de tráfico ilegítimo de influências partidárias leva muitos intelectuais a pôr-lhe sérias reservas, não obstante ser evidente que na actividade da Cultura há valores fundamentais que devem ser promovidos.

De entre estes destacamos o da identidade nacional e o da educação cidadã, vitais para a sobrevivência da comunidade nacional, e postos em cheque pelas mensagens massificantes e estereotipadas de origem estrangeira.

De tal modo estes valores são agredidos pelos Media que a Conferência Interministerial Europeia estabeleceu um quadro político de referência para protecção das culturas nacionais.

8. Pode perguntar-se se têm real justificação as quantias astronómicas que se gastam para trazer a Portugal conjuntos pós-modernistas internacionais, recorrendo largamente às Novas Tecnologias do espectáculo, mas com um conteúdo bastante escasso e por vezes tão estranho para nós.

Em contrapartida faz todo o sentido que o Estado apoie determinadas acções culturais – exposições, teatros, filmes.

Mas quais? A resposta, qualquer que ela seja, envolve questões sociais, políticas e principalmente culturais, tão delicadas que é sempre possível criticá-la.

## **V. Perspectiva da sociedade civil**

9. O conceito de Sociedade Civil tem vindo a consolidar-se à medida que as designadas Associações Cívicas assumem a responsabilidade de veicular a sua voz.

Elas exprimem, frequentemente, a reacção contra a violação de determinados valores na festa, por exemplo a vida animal, como é o caso da forte contestação contra os toiros de morte e até contra as touradas em geral.

Outras formas de violência associadas à festa, como as verificadas em torno dos desafios de futebol suscitam também a geral condenação da sociedade, e neste caso até exigindo intervenção musculada da polícia, como aconteceu recentemente com o euro 2004.



O mau gosto associado a festas que envolvam degenerescências sociais são também claramente recusadas pela sociedade civil.

Os excessos de qualquer natureza são rejeitados pelos cidadãos que, frequentemente, se consideram desrespeitados e até manipulados, como é o caso da pressão da publicidade sobre os espectáculos, particularmente através da TV.

É este espírito agonal da nossa sociedade que, segundo Hannah Arendt, envenena a vida dos cidadãos que é repudiado pela sociedade civil.

10. Esta sociedade Civil que tem vindo progressivamente a emergir na cena política, manifestou-se a nível mundial com a “Declaração da Sociedade Civil na Cimeira Mundial sobre a Sociedade da Informação” em Dezembro de 2003.

Tal declaração é iniciada com um parágrafo que define a sua imagem: “Nós, homens e mulheres de distintos continentes, contextos culturais, perspectivas, experiências e conhecimentos técnicos, actuando como membros de diferentes audiências de uma emergente sociedade civil mundial, consideramos que é fundamental a participação da Sociedade Civil na primeira Cimeira mundial sobre a Sociedade da Informação”.

Este documento desenvolve a seguir os pontos de vista da sociedade civil sobre todas as questões levantadas pela implementação dos sistemas associados à Sociedade da Informação, reiterando posições já anteriormente assumidas e dispondo-as num quadro consistente e ordenado.

Reitera-se a defesa da Identidade Nacional, da diversidade cultural, do imperativo ético de respeitar a dignidade humana, afirmam-se como valores fundamentais a paz, liberdade de expressão, igualdade (de género), a justiça e a democracia.

Os valores familiares são invocados e também os da cidadania global.

Todos estes valores são reivindicados pelas Associações Cívicas que actuam no domínio da Comunicação de massa dos nossos dias, existindo entre nós algumas bastante activas como a Deco e a ACMedia.

## **VI. Considerações finais**

11. A festa, como actividade humana por excelência que é, tem implicações psicológicas, sociológicas e antropológicas da maior importância para caracterizar uma época. Uma reflexão sobre a festa no Sec. XXI mostra a conhecida deriva da nossa sociedade individualista de massa, para uma sociedade consumista, materialista e conflitual.

A nefasta aliança entre a Tecnologia e a Economia, determinando esta a evolução daquela, poderá explicar em parte este aspecto preocupante da sociedade contemporânea.

12. Por isso, também no domínio da Festa se impõe a adopção duma perspectiva ética no seu julgamento, não sendo já suficiente uma ética de responsabilidade do tipo das de Kant ou Jonas. Essa nova Ética terá de ter uma base não só personalista mas também comunitária, como tem vindo a ser proposto por Mac Intyre.

### **Bibliografia**

Baker, Chris (2000) – *Cultural Studies*. London: Sage Publications.

Thompson, Kenneth (ed.) (1997) – *Media and Cultural Regulation*. London: Sage Publications. Chapters of K. Thompson and Stuart Hall.

MacQuail, Denis (1993) – *Media Performance*. London: Sage Publications.